IQRO JURNALI , IQRO JOURNAL, ИКРО ЖУРНАЛИ
ISSN:2181-4341| wordlyknowledge.uz/index.php/iqro
Volume 23 Issue 01 AVGUST 2026

UDK: 811.411.21’367:070

ARAB MATBUOTI SARLAVHALARIDA STILISTIK VOSITALAR VA ULARNING KOMMUNIKATIV-PRAGMATIK VAZIFALARI

Najimova Shahodat Baxodir qizi
Oriental universiteti
Lingvistika (arab tili) magistranti
ORCID: 0009-0004-2320-8776
https://doi.org/10.5281/zenodo.21938505

Annotatsiya

Maqolada zamonaviy arab matbuoti sarlavhalarida qo‘llaniladigan stilistik vositalar va ularning kommunikativ-pragmatik vazifalari tahlil qilinadi. Tadqiqot materiali sifatida “Al-Sharq Al-Awsat”, “Al-Youm” va “Al-Youm Al-Sabi” gazetalarining elektron nashrlaridan tanlangan 220 ta arabcha sarlavhadan shakllantirilgan korpusdan foydalanildi. Amaliy materialda uchragan takror, parallelizm, tazod, maqol, mashhur ibora, Qur’oniy iqtibos, hadisga ishora, intertekstual birliklar hamda ekspressiv-metaforik ifodalar stilistik va kontekstual tahlil qilindi. Tahlil natijalari mazkur vositalar sarlavhada faqat obrazlilik hosil qilmasdan, axborotning muayyan komponentini oldinga chiqarish, semantik ziddiyatni kuchaytirish, madaniy va diniy assotsiatsiyalarni faollashtirish hamda o‘quvchi e’tiborini asosiy matnga yo‘naltirish vazifalarini bajarishini ko‘rsatadi. Shuningdek, intertekstual birliklarning kommunikativ samarasi auditoriyaning lingvomadaniy kompetensiyasiga bog‘liq ekanligi aniqlanadi.

Kalit so‘zlar: arab matbuoti, gazeta sarlavhasi, stilistik vosita, tazod, takror, parallelizm, maqol, Qur’oniy iqtibos, hadis, intertekstuallik, metafora, pragmatika.

Аннотация

В статье анализируются стилистические средства, используемые в заголовках современной арабской прессы, и их коммуникативно-прагматические функции. Материал исследования составил корпус из 220 арабских заголовков, отобранных из электронных изданий газет Al-Sharq Al-Awsat, Al-Youm и Al-Youm Al-Sabi. На основе стилистического и контекстуального анализа рассматриваются повтор, параллелизм, антитеза, пословицы, устойчивые выражения, коранические цитаты, отсылки к хадисам, интертекстуальные единицы и экспрессивно-метафорические выражения. Результаты показывают, что данные средства не ограничиваются созданием образности, а используются для выдвижения отдельных компонентов информации, усиления смыслового контраста, актуализации культурных и религиозных ассоциаций и направления внимания читателя к основному тексту. Установлено также, что коммуникативный эффект интертекстуальных единиц зависит от лингвокультурной компетенции аудитории.

Ключевые слова: арабская пресса, газетный заголовок, стилистические средства, антитеза, повтор, параллелизм, пословица, коранический цитата, хадис, интертекстуальность, метафора, прагматика.

Abstract

The article examines stylistic devices employed in contemporary Arabic press headlines and their communicative-pragmatic functions. The study is based on a corpus of 220 Arabic headlines selected from the online editions of Al-Sharq Al-Awsat, Al-Youm and Al-Youm Al-Sabi. Repetition, parallelism, antithesis, proverbs, conventional expressions, Qur’anic quotations, references to hadith, intertextual units and expressive-metaphorical expressions are examined

through stylistic and contextual analysis. The findings indicate that these devices function not merely as elements of figurative expression but also as means of foregrounding particular components of information, intensifying semantic contrast, activating cultural and religious associations, and directing readers' attention toward the main text. The analysis further demonstrates that the communicative effect of intertextual units depends partly on the audience's linguistic and cultural competence.

Keywords: Arabic press, newspaper headline, stylistic devices, antithesis, repetition, parallelism, proverb, Qur'anic quotation, hadith, intertextuality, metaphor, pragmatics.

KIRISH

Gazeta sarlavhasi mediamatnning mazmunini ixcham shaklda ifodalash bilan birga, o‘quvchi bilan kommunikativ aloqani boshlovchi muhim til birligidir. Sarlavhada axborot hajmining cheklanganligi so‘z va grammatik qurilmalarni iqtisodiy tanlashni talab qilsa, o‘quvchi e’tiborini jalb qilish zarurati uning stilistik imkoniyatlaridan foydalanishni taqozo etadi. Shu sababli zamonaviy matbuot sarlavhasida informativlik va ekspressivlik bir-birini istisno qilmaydi, balki muayyan kommunikativ maqsad doirasida o‘zaro birlashadi.[1]

Arab matbuoti bu jihatdan alohida qiziqish uyg‘otadi. Arab tilining boy frazeologik va ritorik imkoniyatlari, diniy hamda adabiy matnlar bilan shakllangan intertekstual an’ana, maqol va hikmatli iboralarning faol qo‘llanishi gazeta sarlavhasida qisqa shakl orqali keng assotsiativ mazmun hosil qilish imkonini beradi. Takror, parallelizm, tazod, saj’, metaforik ifoda, maqol, Qur’oniy iqtibos va hadisga ishora kabi vositalar sarlavhada axborotni bezash bilangina cheklanmay, uning qaysi jihati kommunikativ markazga chiqarilishini belgilashda ham qatnashadi.[2]

Arab matbuoti sarlavhalarining grammatik va struktur xususiyatlari E.A. Sabinina, A.L. Spirkin, V.R. Nabiullina, Medhat Rabi’ Darduna va boshqa tadqiqotchilar tomonidan turli jihatlardan o‘rganilgan. Mediadiskurs va pragmatika doirasidagi tadqiqotlarda esa sarlavhaning axborotni saralash, o‘quvchi e’tiborini boshqarish va matn bilan dastlabki kommunikativ aloqani shakllantirish xususiyatlariga e’tibor qaratilgan. Biroq tanlangan zamonaviy arab nashrlari materialida stilistik vositalarni ularning aniq kommunikativ-pragmatik vazifalari bilan bog‘liq holda korpus asosida tahlil qilish masalasi alohida o‘rganishni talab qiladi.[3]

Maqolaning maqsadi “Al-Sharq Al-Awsat”, “Al-Youm” va “Al-Youm Al-Sabi” gazetalaridan shakllantirilgan 220 sarlavhali korpus asosida arab matbuoti sarlavhalarida qo‘llanilgan asosiy stilistik vositalarni aniqlash hamda ularning sarlavha mazmunini tashkil etishdagi kommunikativ-pragmatik vazifalarini yoritishdan iborat.

---

[1] Shamaqsudova S.X. Media tili va uslubi. 1-qism. – Toshkent: Universitet, 2021. – 188 b.; Bell A. The Language of News Media. – Oxford: Blackwell, 1991; Dor D. On Newspaper Headlines as Relevance Optimizers // Journal of Pragmatics. – 2003. – Vol. 35. – P. 695–721.

[2] Fateeva I.G., Shokirova Z.N. Arab matbuoti tili ustida ishlash. – Toshkent, 2004; Holes C. Modern Arabic: Structures, Functions, and Varieties. 2nd ed. – Washington, D.C.: Georgetown University Press, 2004; Lahlali E.M. Contemporary Arab Broadcast Media. – Edinburgh: Edinburgh University Press, 2011; Mellor N. The Making of Arab News. – Lanham: Rowman & Littlefield, 2005.

[3] Сабинина Е.А. Синтаксические структуры современных арабских газетных заголовков // Вестник РУДН. Серия: Лингвистика. – 2012. – № 2. – С. 77–82; Спиркин А.Л. Функционально-стилистическая и структурно-графическая интерпретация арабских газетных заголовков // Вестник РУДН. – 2008. – № 4. – С. 55–63; Набиуллина В.Р. Опущение в грамматических конструкциях арабских газетных заголовков // Арабистика Евразии. – 2021. – № 15. – С. 86–96; Darduna M.R. Bina’ al-jumla fi lughat ‘anawin al-akhbar fi al-suhuf al-‘arabiyya // Majallat Jami‘at al-Aqsa, Silsilat al-‘Ulum al-Insaniyya. – 2017. – 21(1). – P. 34–60; van Dijk T.A. News as Discourse. – Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 1988; Bell A. The Language of News Media. – Oxford: Blackwell, 1991; Dor D. On Newspaper Headlines as Relevance Optimizers // Journal of Pragmatics. – 2003. – Vol. 35. – P. 695–721.

Tadqiqotning ilmiy yangiligi tanlangan uch arab nashri korpusida tazod, takror va parallelizm, maqol va mashhur iboralar, Qur’oniy iqtibos va hadisga ishora hamda ekspressiv-metaforik birliklarni yagona stilistik-pragmatik mezon asosida tizimlashtirish va ularning axborotni oldinga chiqarish, semantik qarama-qarshilik yaratish, intertekstual mazmunni faollashtirish hamda o‘quvchi e’tiborini yo‘naltirishdagi vazifalarini o‘zaro farqlab ko‘rsatish bilan belgilanadi.

TADQIQOT MATERIALLARI VA METODLARI

Tadqiqotning empirik asosini “Al-Sharq Al-Awsat”, “Al-Youm” va “Al-Youm Al-Sabi” gazetalarining elektron nashrlaridan tanlangan 220 ta arabcha sarlavha tashkil etadi. Korpusga siyosiy, iqtisodiy, sport, madaniy, ta’limiy, diniy-ma’rifiy, ijtimoiy, texnologik, sog‘liqni saqlash va boshqa mavzulardagi publitsistik hamda axboriy materiallarning mustaqil sarlavhalari kiritildi. Takroriy sarlavhalar, navigatsion birliklar, texnik metama’lumotlar va mustaqil jurnalistik material hisoblanmaydigan reklama e’lonlari korpusga kiritilmadi.

Maqola uchun korpusning stilistik belgilangan birliklari ajratilib, ularda takror, parallelizm, tazod, maqol, mashhur ibora, Qur’oniy iqtibos, hadisga ishora, metaforik-ekspressiv birlik va boshqa intertekstual vositalarning mavjudligi tekshirildi. Tahlilda tavsifiy, stilistik, kontekstual va pragmatik metodlardan foydalanildi. Stilistik vosita faqat formal mavjudligi asosida emas, balki sarlavha kontekstida bajarayotgan vazifasi asosida talqin qilindi. Shu sababli vositaning kommunikativ-pragmatik funksiyasi o‘quvchida amalda yuz bergan psixologik ta’sir sifatida emas, balki sarlavhaning kuzatiladigan til xususiyatlaridan kelib chiqadigan kommunikativ potensial sifatida baholandi.

MUHOKAMA VA NATIJALAR

1. Tazodning semantik va kommunikativ vazifasi

Arab matbuoti sarlavhalarida tazod voqea yoki holatning qarama-qarshi tomonlarini bir sarlavha doirasida birlashtirish imkonini beradi. Bunda antonimik yoki kontekstda qarama-qarshi ma’no kasb etgan birliklarning yonma-yon kelishi sarlavhaning semantik tuzilishini keskinlashtiradi.

الشعر على حافة الوجود والعدم[4]

(She’riyat borliq va yo‘qlik chegarasida.)

Sarlavhadagi **الوجود** “borliq” va **العدم** “yo‘qlik” birliklari bevosita semantik qarama-qarshilik hosil qiladi. “Chegara” ma’nosidagi **حافة** leksemasi esa ikki qarama-qarshi holat o‘rtasidagi oraliq nuqtani obrazli ifodalaydi. Natijada sarlavha she’riyat haqidagi mavzuni oddiy nominativ shaklda emas, ekzistensial qarama-qarshilik asosida taqdim etadi.

Tazod siyosiy, iqtisodiy va sport materiallarida ham turli ko‘rinishda namoyon bo‘ladi. **السالم والحرب** *(tinchlik va urush),* **الفوز والخسارة** *(g‘alaba va mag‘lubiyat)* kabi juftliklarda qarama-qarshi birliklarning bir sarlavha doirasida faollashuvi voqeaning ikki ehtimoliy yoki qarama-qarshi tomonini bir vaqtning o‘zida ko‘rsatishga imkon beradi. Demak, tazodning kommunikativ vazifasi faqat ekspressivlik yaratishda emas, balki mazmuniy oppozitsiyani ixcham shaklda tashkil etishda namoyon bo‘ladi.

2. Takror va parallelizm

Takror va parallelizm arab publitsistik sarlavhasining ritmik-sintaktik tashkilida muhim vositalardan hisoblanadi. Takrorda bir xil leksik yoki grammatik unsur qayta qo‘llansa, parallelizmda sintaktik modellar o‘zaro mutanosib shaklda quriladi.[5]

[4] Al-Sharq Al-Awsat gazetasi, 17.05.2026, maqola № 5274227.

[5] Shamaqsudova S.X. Media tili va uslubi. 1-qism. – Toshkent: Universitet, 2021. – 188 b.; Jo‘rayev A. Matbuot tili va uslubiy xususiyatlari. – Toshkent: O‘qituvchi, 2001. – 220 b.

من جد وجد.. ومن زرع حصد" المحافظون يهنئون أوائل الثانوية العامة"[6]

(Kim tirishsa, topadi; kim eksa, o‘radi”: hokimlar umumiy o‘rta ta’lim imtihonlarida yuqori natija ko‘rsatganlarni tabriklamoqda.)

Sarlavhaning maqoliy kirish qismida **من** elementining ikki marta kelishi grammatik takrorni yuzaga keltiradi. المحافظون يهنئون أوائل الثانوية العامة qismi esa maqoliy umumlashtirishni konkret ta’limiy voqea bilan bog‘laydi. Shu bilan birga:

من + fe’l + fe’l

من + fe’l + fe’l

ko‘rinishidagi ikki mutanosib sintaktik model parallelizm hosil qiladi. **جد / وجد**hamda **زرع / حصد** munosabatlari sabab va natija semantikasini ikki parallel qurilmada ifodalaydi.

Sarlavhada bunday tayyor maqolning qo‘llanishi keyingi xabar uchun semantik ramka yaratadi. O‘quvchiga voqeaning tafsiloti hali berilmasdan turib, “mehnat — natija” munosabati faollashtiriladi. Shuning uchun takror va parallelizm bu yerda faqat ohangdorlik emas, keyingi axborotni muayyan konseptual yo‘nalishda talqin qilish imkonini beruvchi vosita sifatida namoyon bo‘ladi.

3. Maqol va mashhur iboralarning intertekstual xususiyati

Arab matbuotida maqol va mashhur iboralar sarlavhani o‘quvchining avvalgi madaniy tajribasi bilan bog‘laydi. Bunday birliklar keng mazmunni qisqa shaklda ifodalashi bilan sarlavha janrining ixchamlik talabiga mos keladi.[7]

"رب ضارة نافعة".. أسامة الأزهرى لأصحاب المجاميع الضعيفة: لا تجعلوا الآمال تتحطم[8]

(“Ba’zan zararli ko‘ringan narsa foydali bo‘lishi mumkin”: Usama al-Azhari past natija olganlarga: “Umidlaringiz chilparchin bo‘lishiga yo‘l qo‘ymang”.)

Sarlavhaning maqoliy kirish qismidagi رب ضارة نافعة birligi zarar va foyda o‘rtasidagi paradoksal munosabatni tayyor madaniy formula orqali beradi. ضارة va نافعة qarama-qarshi ma’noli birliklar bo‘lib, salbiy ko‘ringan holatning keyinchalik ijobiy natijaga aylanishi mumkinligi haqidagi semantik ramkani faollashtiradi. Keyingi لا تجعلوا الآمال تتحطم qismida esa umidning “chilparchin bo‘lishi” metaforik tarzda ifodalangan.

Mashhur iboralarda ham shunga o‘xshash mexanizm kuzatiladi:

الجزائر بين المطرقة والسندان[9]

(Jazoir bolg‘a bilan sandon orasida.)

Sarlavhada Jazoirning murakkab siyosiy holati بين المطرقة والسندان frazeologik-metaforik obrazi orqali ifodalangan. Bunda sarlavha “qiyin vaziyat” mazmunini to‘g‘ridan-to‘g‘ri nomlamaydi; uni tanish obraz orqali beradi.

وزيرة الرياضة الإيطالية: افتتاح يورو 2020 نور فى نهاية النفق المظلم للوباء[10]

(Italiya sport vaziri: Yevro-2020ning ochilishi pandemiya uchun qorong‘i tunnel oxiridagi yorug‘likdir.)

Sarlavhadagi **نور فى نهاية النفق المظلم** iborasi pandemiya bilan bog‘liq murakkab davrdan chiqish va ijobiy istiqbolni metaforik obraz orqali ifodalaydi. Shunday qilib, mashhur iboraning kommunikativ imkoniyati abstrakt vaziyatni o‘quvchi tasavvur qilishi mumkin bo‘lgan konkret obraz orqali berishida namoyon bo‘ladi.

---

[6] Al-Youm Al-Sabi gazetasi, 04.08.2020, maqola № 4912722.

[7] Lahlali E.M. Contemporary Arab Broadcast Media. – Edinburgh: Edinburgh University Press, 2011; Mellor N. The Making of Arab News. – Lanham: Rowman & Littlefield, 2005.

[8] Al-Youm Al-Sabi gazetasi, 18.08.2021, maqola № 5429757.

[9] Al-Sharq Al-Awsat gazetasi, 10.08.2019, maqola № 1852381.

[10] Al-Youm Al-Sabi gazetasi, 13.04.2021, maqola № 5279474.

4. Qur’oniy iqtiboslarning sarlavhadagi funksiyasi

Diniy-ma’rifiy va ijtimoiy mavzudagi arab sarlavhalarida Qur’oniy iqtibos intertekstuallikning muhim ko‘rinishlaridan biridir.

إن جاءكم فاسق بنبأ فتبينوا.. هل نفعل ذلك حقا؟[11]

(“Agar sizga bir fosiq xabar keltirsa, uni aniqlab tekshiring... Biz haqiqatan shunday qilamizmi?”)

Sarlavhaning birinchi segmenti — **إن جاءكم فاسق بنبأ فتبينوا** — Hujurot surasining 6-oyatidan olingan Qur’oniy iqtibosdir. **هل نفعل ذلك حقا؟** so‘roq segmenti esa Qur’oniy ko‘rsatmani zamonaviy axborot amaliyotiga tatbiq etuvchi kommunikativ savol sifatida kelgan. Qur’oniy matnning sarlavhaga olib kirilishi xabarni tekshirish masalasini diniy-axloqiy mezon bilan bog‘laydi. Ayniqsa yolg‘on axborot, manipulyatsiya yoki **Deep Fake** kabi zamonaviy axborot muammolari kontekstida ushbu iqtibosning qo‘llanishi tarixiy diniy matn bilan zamonaviy media hodisasi o‘rtasida intertekstual aloqa hosil qiladi.

Bunda Qur’oniy iqtibosning vazifasini faqat “ta’sirchanlikni oshiradi” deb baholash yetarli emas. U yangi mavzuni auditoriyaga tanish bo‘lgan diniy-axloqiy konsept bilan bog‘laydi va axborotni tekshirish zaruratini tayyor normativ mazmun asosida ifodalaydi.

Qur’oniy birlikning kommunikativ samarasi auditoriyaning madaniy va diniy kompetensiyasiga ham bog‘liq. Iqtibos manbasini taniydigan o‘quvchi uning intertekstual qatlamini anglaydi; manbani tanimaydigan auditoriya esa sarlavhaning faqat bevosita lug‘aviy mazmunini qabul qilishi mumkin.

5. Hadisga ishora va diniy-ma’rifiy ohang

Hadis va hadis sifatida keng tarqalgan diniy iboralarning sarlavhaga kiritilishi ham tayyor ma’naviy-axloqiy mazmunni faollashtiradi.

الدين النصيحة[12]

(Din — nasihatdir.)

Ushbu hadis qisqa nominal qurilishga ega bo‘lib, diniy-ma’rifiy materialning asosiy g‘oyasini sarlavhaning o‘zidayoq belgilaydi. **النصيحة** birligi orqali nasihat, xayrixohlik va to‘g‘ri yo‘l ko‘rsatish semantikasi markazga chiqariladi.

Yana bir misol:

اعقلوها وتوكلوا[13]

(Ehtiyot choralarini ko‘ring va Allohga tavakkal qiling.)

Sarlavhada amaliy harakat va tavakkul mazmuni ketma-ket beriladi. Ikki buyruq shaklining parallel kelishi diniy tavsiyaning ikki tarkibiy qismini — sababni amalga oshirish va natijani Allohga topshirishni — bir sarlavha doirasida birlashtiradi.

Hadisga ishora sarlavhani diniy diskurs bilan bog‘laydi. Shu orqali diniy-ma’rifiy materialning mavzuiy yo‘nalishi sarlavhaning o‘zidayoq aniqlashadi.

6. Ekspressiv-metaforik birliklar

Arab gazeta sarlavhalarida metaforik birliklar murakkab siyosiy, iqtisodiy yoki ijtimoiy hodisani konkret obraz yordamida ixcham ifodalash imkonini beradi.[14]

Masalan:

زلزال سياسي بالجزائر بعد فضح «فبركة» مرشحين للانتخابات[15]

---

[11] Al-Youm Al-Sabi gazetasi, 06.07.2021, maqola № 5380142; Qur’oni karim, Hujurot surasi, 6-oyat.

[12] Al-Youm Al-Sabi gazetasi, 09.03.2011, maqola № 366526.

[13] Al-Sharq Al-Awsat gazetasi, 30.03.2020, maqola № 2208091.

[14] Shamaqsudova S.X. Media tili va uslubi. 1-qism. – Toshkent: Universitet, 2021. – 188 b.; Jo‘rayev A. Matbuot tili va uslubiy xususiyatlari. – Toshkent: O‘qituvchi, 2001. – 220 b.

[15] Al-Sharq Al-Awsat gazetasi, 02.05.2026, maqola № 5268867.

(Saylov nomzodlarining "soxtalashtirilgani" fosh etilgach, Jazoirda siyosiy "zilzila".)

زلزال leksemasi asl ma'nosida tabiiy hodisani anglatadi. Siyosiy kontekstda esa u katta siyosiy o'zgarish, beqarorlik yoki kuchli rezonansni metaforik tarzda ifodalaydi. Ushbu metafora aynan sarlavhaning **زلزال» سياسي** segmentida yuzaga kelgan; **بالجزائر بعد فضح «فبركة» مرشحين للانتخابات** qismi esa obrazning real siyosiy kontekstini konkretlashtiradi. Natijada hodisaning miqyosi bevosita "juda katta siyosiy o'zgarish" deb tavsiflanmasdan, zilzila obrazi orqali konseptuallashtiriladi.

Xuddi shuningdek, **قفزة** *(sakrash)* iqtisodiy yoki statistik ko'rsatkichga nisbatan ishlatilganda jismoniy harakat ma'nosidan miqdoriy ko'tarilish ma'nosiga ko'chadi. Bunday metaforik model raqamli o'zgarishni dinamik jarayon sifatida tasvirlash imkonini beradi.

Shu sababli ekspressiv metaforani faqat bezak vositasi deb baholash to'liq emas. U murakkab yoki mavhum jarayonni konkret obraz orqali ixcham ifodalash bilan birga, voqea miqyosiga nisbatan tahririy bahoning yuzaga chiqishiga ham imkon beradi.

7. Stilistik vositalarning o'zaro birikishi

Amaliy material stilistik vositalar ko'pincha alohida holda emas, bir sarlavha tarkibida bir nechta mexanizmning birlashishi orqali yuzaga chiqishini ko'rsatadi.

من جد وجد.. ومن زرع حصد" المحافظون يهنئون أوائل الثانوية العامة"[16]

sarlavhasining maqoliy kirish qismida maqol, takror va sintaktik parallelizm birgalikda namoyon bo'ladi. Demak, bitta sarlavhani faqat "maqol" deb belgilash uning stilistik tuzilishini to'liq ochmaydi.

Xuddi shuningdek, Qur'oniy iqtibos ishlatilgan sarlavhada intertekstuallik, diniy semantika va pragmatik yo'naltirish birlashishi mumkin. Tazodli sarlavhada esa antonimik semantika bilan bir qatorda parallel sintaktik tuzilish ham kuzatilishi mumkin.

Bu holat arab matbuoti sarlavhasining stilistik tuzilishini ko'p qatlamli hodisa sifatida baholash zarurligini ko'rsatadi.

8. Stilistik vosita va kommunikativ-pragmatik vazifa munosabati

Tahlil qilingan material stilistik vosita bilan kommunikativ vazifa o'rtasida qat'iy "bir vosita — bir funksiya" munosabati mavjud emasligini ko'rsatadi. Bir xil tazod turli kontekstlarda siyosiy ziddiyatni, sport raqobatini yoki falsafiy qarama-qarshilikni ifodalashi mumkin. Maqol bir sarlavhada baholash vositasi bo'lsa, boshqa sarlavhada keyingi axborot uchun konseptual kirish vazifasini bajarishi mumkin.

Shunga qaramay, korpusdagi kuzatuvlar asosida ayrim funksional tendensiyalarni ajratish mumkin. Tazod qarama-qarshi semantik komponentlarni oldinga chiqaradi; takror va parallelizm muayyan birliklarni struktur jihatdan ajratib ko'rsatadi; maqol va mashhur iboralar sarlavhani madaniy xotira bilan bog'laydi; Qur'oniy iqtibos va hadisga ishora diniy-axloqiy intertekstni faollashtiradi; metaforik birliklar esa abstrakt yoki murakkab hodisalarni konkret obrazlar orqali ifodalash imkonini beradi.

Shu nuqtayi nazardan stilistik vositalarning pragmatik vazifasi o'quvchining real psixologik reaksiyasi sifatida emas, sarlavhaning lingvistik qurilishida mavjud bo'lgan kommunikativ imkoniyat sifatida talqin qilinishi maqsadga muvofiq.

XULOSA

"Al-Sharq Al-Awsat", "Al-Youm" va "Al-Youm Al-Sabi" gazetalaridan shakllantirilgan 220 sarlavhali korpusning stilistik tahlili quyidagi xulosalarga olib keldi.

[16] Al-Youm Al-Sabi gazetasi, 04.08.2020, maqola № 4912722.

Birinchidan, arab matbuoti sarlavhalarida stilistik vositalar axborotga qo‘shilgan tashqi bezak sifatida emas, sarlavha mazmunini tashkil etuvchi funksional birliklar sifatida namoyon bo‘ladi.

Ikkinchidan, tazod qarama-qarshi semantik komponentlarni bir sarlavha doirasida faollashtirib, voqeaning ziddiyatli tomonlarini ixcham shaklda ifodalash imkonini beradi.

Uchinchidan, takror va parallelizm sarlavhaning struktur-ritmik tashkilini kuchaytiradi hamda muayyan semantik komponentlarni ajratib ko‘rsatadi. Mazkur vositalar, ayniqsa, maqol va hikmatli iboralarda birgalikda namoyon bo‘ladi.

To‘rtinchidan, maqol va mashhur iboralar keng mazmunni qisqa shaklda ifodalash bilan birga, sarlavhani auditoriyaning madaniy xotirasi bilan bog‘laydi. Ularning to‘liq kommunikativ mazmunini anglash o‘quvchining tegishli lingvomadaniy bilimiga bog‘liq.

Beshinchidan, Qur’oniy iqtibos va hadisga ishoralar diniy-ma’rifiy intertekstuallikni yuzaga keltiradi. Bunday birliklar zamonaviy ijtimoiy va axboriy masalalarni diniy-axloqiy konseptlar bilan bog‘lash imkonini beradi.

Oltinchidan, ekspressiv-metaforik birliklar siyosiy, iqtisodiy va ijtimoiy jarayonlarni konkret obrazlar orqali ixcham ifodalashga xizmat qiladi. “Siyosiy zilzila”, “sakrash” kabi modellar voqeaning miqyosi yoki o‘zgarish darajasini obrazli konseptuallashtiradi.

Yettinchidan, stilistik vositalar ko‘pincha bir-biridan ajralgan holda emas, kompleks tarzda namoyon bo‘ladi. Bitta sarlavhada maqol, takror, parallelizm, tazod yoki intertekstuallik kabi bir necha hodisaning birlashishi arab matbuoti sarlavhasining ko‘p qatlamli stilistik tuzilishini yuzaga keltiradi.

Umuman, tadqiqot natijalari tanlangan korpus doirasida arab matbuoti sarlavhalarining stilistik tashkilida obrazlilik, semantik ixchamlik va intertekstuallik muhim o‘rin tutishini ko‘rsatadi. Stilistik vositalarning kommunikativ-pragmatik imkoniyati esa axborotning muayyan qismini oldinga chiqarish, qarama-qarshilikni kuchaytirish, madaniy-diniy assotsiatsiyalarni faollashtirish va o‘quvchini asosiy matn mazmuniga yo‘naltirish bilan bog‘liq.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. Shamaqsudova S.X. *Media tili va uslubi*. 1-qism. – Toshkent: Universitet, 2021. – 188 b.
2. Jo‘rayev A. *Matbuot tili va uslubiy xususiyatlari*. – Toshkent: O‘qituvchi, 2001. – 220 b.
3. Fateeva I.G., Shokirova Z.N. *Arab matbuoti tili ustida ishlash*. – Toshkent, 2004.
4. Спиркин А.Л. Функционально-стилистическая и структурно-графическая интерпретация арабских газетных заголовков // Вестник РУДН. – 2008. – № 4. – С. 55–63.
5. Сабинина Е.А. Синтаксические структуры современных арабских газетных заголовков // Вестник РУДН. Серия: Лингвистика. – 2012. – № 2. – С. 77–82.
6. Набиуллина В.Р. Опущение в грамматических конструкциях арабских газетных заголовков // Арабистика Евразии. – 2021. – № 15. – С. 86–96.
7. Darduna M.R. Bina’ al-jumla fi lughat ‘anawin al-akhbar fi al-suhuf al-‘arabiyya // Majallat Jami‘at al-Aqsa, Silsilat al-‘Ulum al-Insaniyya. – 2017. – 21(1). – P. 34–60.
8. Holes C. *Modern Arabic: Structures, Functions, and Varieties*. 2nd ed. – Washington, D.C.: Georgetown University Press, 2004.
9. Lahlali E.M. *Contemporary Arab Broadcast Media*. – Edinburgh: Edinburgh University Press, 2011.
10. Mellor N. *The Making of Arab News*. – Lanham: Rowman & Littlefield, 2005.
11. van Dijk T.A. *News as Discourse*. – Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 1988.
12. Bell A. *The Language of News Media*. – Oxford: Blackwell, 1991.
13. Dor D. On Newspaper Headlines as Relevance Optimizers // *Journal of Pragmatics*. – 2003. – Vol. 35. – P. 695–721.